

Ausgewählte Literatur zum Themenbereich „Konsum“

A

- Agnew, Jean-Christophe 1993: Coming up for air: consumer culture in historical perspective, in: John Brewer/Roy Porter (Hg.): Consumption and the World of Goods. London/New York, S. 19-39.
- Andersen, Arne 1997: Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute. Frankfurt/New York.
- Antonides, Gerrit/Raaij, W. Fred van 1998: Consumer Behaviour. A European Perspective. Chichester u.a.
- Appadurai, Arjun 1986: Introduction: commodities and the politics of value, in: ders. (Hg.): The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective. Cambridge, S. 3-63.
- Auer, Manfred/Horrión, Wolfgang/Kalweit, Udo 1989: Marketing für neue Zielgruppen – Yuppies, Flyers, Dinks, Woopies. Landsberg/Lech.

B

- Babin, Barry J./Darden, William R./Griffin, Mitch 1994: Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value, in: Journal of Consumer Research, Vol. 20, S. 644-656.
- Baecker, Dirk 2006: Wirtschaftssoziologie. Bielefeld.
- Banks, Drew/Daus, Kim 2002: Customer.Community. Unleashing the Power of your Customer Base. Foreword by Scott Cook, Cofounder of Intuit. San Francisco.
- Bareis, Ellen 2003: Überdachte, überwachte Straßenecken. Jugendliche im städtischen Konsumraum „Mall“, in: Mitteilungen des Instituts für Sozialforschung, Heft 15, S. 63-90.
- Barksdale, Hiram C./Darden, William R. 1972: Consumer Attitudes Toward Marketing and Consumerism, in: Journal of Marketing, Vol. 36, October, S. 28-35.
- Barthes, Roland 1964: Mythen des Alltags. Frankfurt/M.
- Batchelor, Ray 1994: Mass Production, Modernism and Design. Manchester.
- Baudrillard, Jean 1998 [1970]: The Consumer Society. Myths & Structures. London.
- Baudrillard, Jean 2001: Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen (1968). Frankfurt/M.
- Bauman, Zygmunt 1998: Work, consumerism and the new poor. Buckingham/Philadelphia.
- Baumann Zygmunt 2007: Consuming life. London.
- Baumgartner, Hans 2002: Toward a Personology of the Consumer, in: Journal of Consumer Research, Vol. 29, S. 286-292.
- Beardsworth, Alan/Keil, Teresa 1992: The vegetarian option: varieties, conversions, motives and careers, in: The Sociological Review, Vol. 40, No. 2, S. 253-293.
- Beck, Rainer 2003: Luxus oder Decenies? Zur Konsumgeschichte der Frühneuzeit als Beginn der Moderne, in: Reinhold Reith/Torsten Meyer (Hg.): „Luxus und Konsum – eine historische Annäherung. Münster u.a., S. 29-46.
- Becker, Kurt E. (Hrsg.) 1992: Konsum. Frankfurt/Bern/New York/Paris.
- Belk, Russell W. 1985: Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World, in: Journal of Consumer Research, Vol. 12, S. 265-280.
- Belk, Russel W. 2004: Men and Their Machines, in: Advances in Consumer Research, Vol. 31, S. 271-278.

- Belk, Russell W. 2002: Changing consumer. Changing disciplinarity, in: Steven Miles/Alison Anderson/Kevin Meethan (Hg.): The Changing Consumer: Markets and Meanings. London/New York, S. 145-161.
- Belk, Russell W./Costa, Janeen Arnold 1998: The Mountain Man Myth: A Contemporary Consuming Fantasy, in: Journal of Consumer Research, Vol. 25, S. 218-240.
- Belk, Russel W./Ger, Güliz/Askegaard, Soeren 2003: The Fire of Desire. A multisisted Inquiry into Consumer Passion, in: Journal of Consumer Research, 30. Jg., S. 326-351.
- Belk, Russel W./Wallendorf, Melanie/Sherry, John F., Jr. 1989: The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey, in: Journal of Consumer Research, Vol. 16, S. 1-38.
- Bermingham, Ann/, John Brewer (Hg.) 1995: The Consumption of Culture 1600-1800. Image, Object, Text. London/New York.
- Bierfelder, Wilhelm H. 1959: Der Mensch als Verbraucher. Ergebnisse und Bestätigungen der Verbrauchsforschung zum Verständnis des Menschen, in: Soziale Welt, Jg. X, S. 193-202.
- Bievert, Bernd/Schafartzik, Karl-Heinz/Schmölders, Günter 1974: Konsum und Qualität des Lebens. Opladen.
- Bocock, Robert 1993: Consumption. London/New York.
- Bögenhold, Dieter 2000: Konsum und soziologische Theorie, in: Doris Rosenkranz/Norbert F. Schneider (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Opladen, S. 95-116.
- Bolz, Norbert 2002: Das konsumistische Manifest. München.
- Boulding, Kenneth E. 1945: The Consumption Concept in Economic Theory, in: The American Economic Review, Vol. XXXV, No. 2, S. 1-14.
- Bourdieu, Pierre 1987: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft (1979). Frankfurt/M.
- Bovenschen, Silvia 1986: Die Listen der Mode. Frankfurt/M.
- Bovenschen, Silvia 1996: Werner Sombart – über eine Wissenschaft, die aus der Mode kam, in: Werner Sombart: Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung (2. Aufl. 1922). Berlin, S. 7-15.
- Bowlby, Rachel 1993: Shopping with Freud. London.
- Braudel, Fernand 1990: Sozialgeschichte des 15.-18. Jahrhunderts. 3 Bände. München.
- Braudel, Fernand 1997: Die Dynamik des Kapitalismus. Stuttgart.
- Bretschneider, Rudolf 2000: Konsumgesellschaft. Entwicklungslinien und Perspektiven. Wien.
- Brewer, John 1982: The Consumer Revolution in Eighteenth-century England, in: Neil McKendrick/John Brewer/John H. Plumb (Hg.): The birth of a consumer society. The commercialization of eighteenth-century England. London, S. 9-33.
- Brewer, John 1997: Was können wir aus der Geschichte der frühen Neuzeit für die moderne Konsumgeschichte lernen?, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Frankfurt/M., S. 51-74.
- Brewer, John/Trentmann, Frank (Hg.) 2006: Consuming Cultures, Global Perspectives. Historical Trajectories, Transnational Exchanges. Oxford/New York: Berg.
- Brownlie, Douglas/Hewer, Paul/Treanor, Steven 2007: Sociality in motion: exploring logics of tribal consumption, in: Bernard Cova/Robert V. Kozinets/Avi Shankar (Hg.): Consumer Tribes. Oxford, S. 109-128.
- Bryman, Alan 2004: The Disneyization of Society. London/Thousand Oaks/New Delhi.
- Brown, Doug (Hg.) 1998: Thorstein Veblen in the twenty-first Century: A commemoration of the Theory of the Leisure Class, 1899-1999. Cheltenham/Northampton.
- Bull, Michael 1999: The Dialectics of Walking: Walkman Use and the Reconstruction of the Site of Experience, in: Jeff Hearn/Sasha Roseneil (Hg.): Consuming Cultures: Power and Resistance. Houndmills u.a., S. 199-220.

Bulst, Neithart 2003: Vom Luxusverbot zur Luxussteuer: Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Aspekte von Luxus und Konsum in der Vormoderne, in: Michael Prinz (Hg.): Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne. Paderborn u.a., S. 47-60.

C

- Campbell, Colin 1983: Romanticism and the Consumer Ethic. Intimations of a Weber-Style Thesis, in: Sociological Analysis, 44. Jg., S. 279-296.
- Campbell, Colin 1987: The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism. London/New York.
- Campbell, Colin 1993: Understanding traditional and modern patterns of consumption in eighteenth-century England. A character-action approach, in: John Brewer/Roy Porter (Hg.): Consumption and the World of Goods. London/New York, S. 40-57.
- Campbell, Colin 1995: The Sociology of Consumption, in: Daniel Miller (Hg.): Acknowledging Consumption. A Review of New Studies. London/New York, S. 96-126.
- Campbell, Colin 1998: Consuming Goods and the Good of Consuming, in: David A. Crocker/Toby Linden (Hg.): Ethics of Consumption. The Good Life, Justice, and Global Stewardship. Lanham, S. 139-154.
- Carbone, Lewis P. 2003: What Makes Customers Tick? Most businesses have no idea why customers behave as they do?, in: Journal of Marketing Management, July/August, S. 23-27.
- Carù, Antonella/Cova, Bernard (Hg.) 2007: Consuming Experience. London/New York.
- Cheal, David 1990: Social Construction of Consumption, in: International Sociology, Vol. 5, No. 3, S. 299-317.
- Cherrier, Hélène/Murray, Jeff Drifting 2002: Away From Excessive Consumption: A New Social Movement based on Identity Construction, in: Advances in Consumer Research, Vol. 29, S. 245-247.
- Clark, Grahame 1986: Symbols of excellence. Precious materials as expressions of status. Cambridge.
- Clark, Lincoln H. (Hg.) 1966: Consumer behavior. Volume II: The life cycle and consumer behaviour. New York.
- Cleve, Ingeborg 1997: Was können und sollen Konsumenten wollen? Die Formulierung moderner Leitbilder des Konsums als zentrales Problem des europäischen Ausstellungswesens im 19. Jahrhundert, in: Siegrist, Hannes/Kaelble, Hartmut/Kocka, Jürgen (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert). Frankfurt/M., S. 549-562.
- Cohen, Lizabeth 2004: A Consumers' Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America, in: Journal of Consumer Research, Vol. 31, S. 236-239.
- Conrad, Christoph 2004: Observer les consommateurs. Études de marché et histoire de la consommation en Allemagne, des années 1930 aux années 1960, in: Le Mouvement Social, Nr. 206, Januar/März, S. 17-39.
- Corrigan, Peter 1997: The Sociology of Consumption. An Introduction. London.
- Cova, Bernard/Kozinets, Robert V./Shankar, Avi (Hg.) 2007: Consumer Tribes. Amsterdam.
- Crocker, David A./Linden, Toby (Hg.) 1998: Ethics of Consumption. The Good Life, Justice, and Global Stewardship. Lanham.
- Crossick, Geoffrey/Jaumain, Serge (Hg.) 1999: Cathedrals of Consumption. The European Department Store, 1850-1939. Aldershot u.a.
- Csikszentmihalyi, Mihaly 2000: The Costs and Benefits of Consuming, in: Journal of Consumer Research, Vol. 27, S. 267-272.
- Csikszentmihalyi, Mihaly/Rochberg-Halton, Eugene 1989: Der Sinn der Dinge. Das Selbst und die Symbole des Wohnbereichs. München/Weinheim.
- Czerwonka, Christine/Schöppe, Günter/Weckbach, Stefan 1976: Der aktive Konsument: Kommunikation und Kooperation. Göttingen.

D

Dameron, Kenneth 1939: The Consumer Movement, in: Harvard Business Review, Vol. 18, January, S. 271-289.

- Daunton, Martin/Hilton, Matthew (Hg.) 2001: The Politics of Consumption. Material Culture of Consumption and Citizenship in Europe and America. Oxford/New York.
- Davidson, Martin R. 1992: The Consumerist Manifesto. Advertising in postmodern times. London/New York.
- Deichsel, Alexander 1999: Die Dichtezonen der Marke – Von den Konsumenten zur Kundschaft, in: Brandmeyer, Klaus/Deichsel, Alexander (Hg.): Jahrbuch Markentechnik 2000/2001. Frankfurt/M., S. 333-341.
- Deighton, John 1992: The Consumption of Performance, in: Journal of Consumer Research, Vol. 19, S. 362-372.
- Delitz, Heike 2005: Gebaute Begehrlichkeit. Zur Architektursoziologie der Konsumgesellschaft in Deutschland, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping. Wiesbaden, S. 37-66.
- Dietrich, Michael 1986: Konsument und Gewohnheit. Eine theoretische und empirische Untersuchung zum habituellen Kaufverhalten. Heidelberg/Wien.
- Dorfman, Joseph 1935: Thorstein Veblen and His America. London.
- Douglas, Mary 1982: Goods as a system of communication, in: dies.: In the active voice. Boston, S. 16-33.
- Douglas, Mary 1994: Wants, in: dies. (Hg.): Risk and Blame. Essays in cultural theory. London, S. 149-166.
- Douglas, Mary/Isherwood, Baron 1979: The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption. London.
- Dumont, Louis 1977: From Mandeville to Marx. The genesis and triumph of economic ideology. Chicago/London.

E

- Ebert, Elvir 1997: Einkommen und Konsum im Transformationsprozeß. Vom Plan zum Markt – vom Mangel zum Überfluß. Opladen.
- Eco, Umberto 1986: Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur (1964). Frankfurt/M.
- Edgell, Stephen/Warde, Alan/Hetherington, Kevin (Hg.) 1997: Consumption Matters: The Production and Experience of Consumption. London.
- Engel, James F./Blackwell, Roger D./Miniard, Paul W. 1995: Consumer Behavior. Eight Edition. Forth Worth u.a.
- Engell, Lorenz 1999: Von der Medientechnik zur Geldkultur, in: Eike Hebecker/Frank Kleemann/Harald Neymanns/Markus Stauff (Hg.): Neue Medienumwelten. Zwischen Regulierungsprozessen und alltäglicher Aneignung. Frankfurt/New York, S. 29-43.
- Esposito, Elena 2004: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode. Frankfurt/M.
- Ewald, François 1993: Der Vorsorgestaat. Frankfurt/M.
- Ewen, Stuart/Ewen, Elizabeth 1992: Channels of Desire. Mass Images and the Shaping of American Consciousness. Minneapolis/London.

F

- Falk, Pasi 1994: The Consuming Body. London.
- Featherstone, Mike 1991: Consumer Culture and Postmodernism. London u.a.
- Fine, Ben/Leopold, Ellen 1993: The World of Consumption. London/New York.
- Fine, Ben 1995: From Political Economy to Consumption, in: Daniel Miller (Hg.): Acknowledging Consumption. A Review of New Studies. London/New York, S. 127-163.
- Fine, Ben/Leopold, Ellen 1993: The World of Consumption. London/New York.
- Finkelstein, Joanne 2000: The Anomic World of the High Consumer: Fashion and Cultural Formation, in: Chua Beng-Huat (Hg.): Consumption in Asia. Lifestyles and identities. London/New York, S. 225-240.

- Firat, A. Fuat/Dholakia, Nikhilish 1998: *Consuming People. From Political Economy to Theaters of Consumption*. London/New York.
- Fischer, Joachim 2004: *Warenwerbung und Warentest oder Poetismus und Rationalismus. Komplementäre Sozialmechanismen in der bürgerlichen Massenkultur*, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): *Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur*. Wiesbaden, S. 49-62.
- Fiske, John 1989: *Understanding popular culture*. London.
- Foucault, Michel 2004: *Geschichte der Gouvernementalität I. Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Vorlesungen am Collège de France 1977-1978*. Frankfurt/M.

G

- Galbraith, John Kenneth 1959: *Gesellschaft im Überfluß*. München.
- Gartner, Alan/Riessman, Frank 1978: *Der aktive Konsument in der Dienstleistungsgesellschaft. Zur politischen Ökonomie des tertiären Sektors*. Frankfurt/M.
- Gehlen, Arnold 1978: *Konsum und Kultur (1955)*, in: ders.: *Einblicke, Gesamtausgabe Bd. 7*. Frankfurt/M., S. 3-14.
- George, Ritzer 1998: *The McDonaldisation Thesis: Explorations and Extensions*. London.
- Göhre, Paul 1907: *Das Warenhaus*. Frankfurt/M.
- Gottdiener, Mark 1995: *Postmodern Semiotics. Material Culture and the Forms of Postmodern Life*. Cambridge.
- Gourville, John/Soman, Dilip 2002: *Pricing and the Psychology of Consumption*, in: *Harvard Business Review*, Vol. 80, Issue 9, S. 90-96.
- Grasskamp, Walter 2000: *Konsumglück. Die Ware Erlösung*. München.
- Grier, Sonya A./Deshpandé, Rohit 2001: *Social Dimensions of Consumer Distinctiveness: The Influence of Social Status on Group Identity and Advertising Persuasion*, in: *Journal of Marketing Research*, Vol. XXXVIII, S. 216-224.
- Gries, Rainer 2003: *Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und der DDR*. Leipzig.
- Gries, Rainer 2004: *Die Konsumenten und die Werbung. Kulturgeschichtliche Aspekte einer interaktiven Kommunikation*, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): *Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur*. Wiesbaden, S. 83-102.

H

- Habermas, Jürgen 1970: *Konsumkritik – eigens zum Konsumieren (1957)*, in: ders.: *Arbeit, Erkenntnis, Fortschritt. Aufsätze 1954-1970*. Amsterdam, S. 47-55.
- Habermas, Jürgen 1970: *Notizen zum Verhältnis von Kultur und Konsum (1956)*, in: ders.: *Arbeit, Erkenntnis, Fortschritt. Aufsätze 1954-1970*. Amsterdam, S. 31-46.
- Haese, Helmut 1960: *KonsumRevolution*. Stuttgart.
- Handschuh-Heiß, Stephanie 1997: *Auf dem Weg zur McWorld-Culture? Betrachtungen zur Globalisierung von populärer Kultur*, in: Helga Reimann (Hg.): *Weltkultur und Weltgesellschaft. Aspekte globalen Wandels. Zum Gedenken an Horst Reimann*. Opladen, S. 44-78.
- Hansen, Ursula/Bode, Matthias 1999: *Marketing & Konsum. Theorie und Praxis von der Industrialisierung bis ins 21. Jahrhundert*. München.
- Haudenschild, Christof 1989: *Konsum als Mittel der Lebensweltstilisierung. Eine Konfrontation der neoklassischen Nachfragetheorie mit der Erfahrung des Konsums im Alltag*. Bern u.a.
- Haug, Wolfgang Fritz 1971: *Kritik der Warenästhetik*. Frankfurt/M.

- Haupt, Heinz-Gerhard 2004: Der Konsument, in: Ute Frevert/Heinz-Gerhard Haupt (Hg.): Der Mensch des 20. Jahrhunderts. Frankfurt/M., S. 301-323.
- Hearn, Jeff /Sasha Roseneil (Hg.) 1999: Consuming Cultures: Power and Resistance. Houndmills at al.
- Heath, Joseph/Potter, Andrew 2005: Konsumrebell. Der Mythos der Gegenkultur. Berlin.
- Hedtke, Reinhold 2001: Konsum und Ökonomik. Grundlagen, Kritik und Perspektiven. Konstanz.
- Hellmann, Kai-Uwe 2003: Soziologie der Marke. Frankfurt/M.
- Hellmann, Kai-Uwe 2004: Alles Konsum, oder was? Der Kulturbegriff von Luhmann und seine Nützlichkeit für die Konsumsoziologie, in: Günter Burkart/Gunter Runkel (Hg.): Luhmann und die Kulturtheorie. Frankfurt/M., S. 136-168.
- Hellmann, Kai-Uwe 2004: Werbung und Konsum: Was ist die Henne, was ist das Ei? Konzeptionelle Überlegungen zu einem zirkulären Verhältnis, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden, S. 33-46.
- Hellmann, Kai-Uwe 2005: Der ideale Kunde: möglichst gebunden und immer treu. Vorläufiges zu einem aktuellen Thema, in: Heike Jacobsen/Stephan Voswinkel (Hg.): Der „Kunde“ in der Dienstleistungsbeziehung. Wiesbaden, S. 101-126.
- Hellmann, Kai-Uwe 2008: Das konsumistische Syndrom. Zum gegenwärtigen Entsprechungsverhältnis von Gesellschafts- und Identitätsform unter besonderer Berücksichtigung der Raum-Konsum-Relation, in: Kai-Uwe Hellmann/Guido Zurstiege (Hg.): Räume des Konsums. Über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus. Wiesbaden, S. 19-50.
- Hellmann, Kai-Uwe/Schrage, Dominik (Hg.) 2004: Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden.
- Hellmann, Kai-Uwe/Schrage, Dominik (Hg.) 2005: Das Management der Kunden. Studien zur Soziologie des Shopping. Wiesbaden.
- Hellmann, Kai-Uwe/Pichler, Rüdiger (Hg.) 2005: Ausweitung der Markenzone. Interdisziplinäre Zugänge zur Erforschung des Markenwesens. Wiesbaden.
- Hellmann, Kai-Uwe/Zurstiege, Guido (Hg.) 2008: Räume des Konsums. Über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus. Wiesbaden.
- Henderson Britt, Stuart (Hg.) 1970: Consumer Behavior in Theory and in Action. New York u.a.
- Hillmann, Karl-Heinz 1971: Soziale Bestimmungsgründe des Konsumentenverhaltens. Stuttgart.
- Hirschman, Albert O. 1987: Leidenschaften und Interessen. Begründungen des Kapitalismus vor seinem Sieg. Frankfurt/M.
- Hirschman, Albert O. 1982: Rival Interpretations of Market Society: Civilizing, Destructive, or Feeble?, in: Journal of Economic Literature, Jg. 20, S. 1463-1484.
- Hirschman, Elizabeth C. 1988: The Ideology of Consumption: A Structural-syntactical Analysis of “Dallas” and “Dynasty”, in: Journal of Consumer Research, Vol. 15, S. 344-359.
- Hirschman, Elizabeth C./Holbrook, Morris B. 1982: Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, in: Journal of Marketing, Vol. 46, S. 92-101.
- Hölscher, Barbara 2002: Das Denken in Zielgruppen. Über die Beziehungen zwischen Marketing, Werbung und Lebensstilforschung, in: Herbert Willems (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Opladen, S. 481-498.
- Hoepfner, Friedrich Georg 1976: Verbraucherverhalten. Informationsprozesse, Einstellungen, Entschlüsse. Sozialökonomie 12. Stuttgart/Berlin/Köln/Mainz.
- Hörning, Karl H. 1970: Ansätze zu einer Konsumsoziologie. Freiburg.
- Holbrook, Morris B./Hirschman, Elizabeth C. 1982: The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, in: Journal of Consumer Research, Vol. 9, S. 132-140.
- Holt, Douglas B. 1995: How Consumers Consume: A Typology of Consumption Practices, in: Journal of Consumer Research, Vol. 22, June, S. 1-16.

- Holt, Douglas B. 1997: Poststructuralist Lifestyle Analysis. Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity, in: Journal of Consumer Research, 23. Jg., S. 326-350.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. 1988: Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente (1944). Frankfurt/M.
- Horowitz, Daniel 1985: The Morality of Spending. Attitudes toward the Consumer Society in America 1875-1940. Baltimore.
- Hounshell, David A. 1984: From the American System to Mass Production 1800-1932. The Development of Manufacturing Technology in the United States. Baltimore.
- Hoyt, Elizabeth 1965: Money Economy and Consumption Patterns, in: Neil J. Smelser (Hg.): Readings on Economics Sociology. Englewood Cliffs, S. 285-295.
- Hume, David 1988: Über Verfeinerung in den Künsten, in: ders.: Politische und ökonomische Essays, Teilband 2. Hamburg, S. 191-204.
- Hunziker, Peter 1972: Erziehung zum Überfluß. Soziologie des Konsums. Stuttgart u.a.
- Hutter, Michael 1999: Wie der Überfluß flüssig wurde. Zur Geschichte und zur Zukunft der knappen Ressourcen, in: Soziale Systeme, 5. Jg., H. 1, S. 41-54.

I

- Ironmonger, D. S. 1972: New Commodities and Consumer Behaviour. Cambridge.

J

- Jacobsen, Heike/Voswinkel, Stephan (Hg.) 2005: Der Kunde in der Dienstleistungsbeziehung. Beiträge zur Soziologie der Dienstleistung. Wiesbaden.
- Jäckel, Michael 2004: Einführung in die Konsumsoziologie. Fragestellungen – Kontroversen – Beispieltex-te. Wiesbaden.
- Jäckel, Michael (Hg.) 2007: Ambivalenzen des Konsums und der werblichen Kommunikation. Wiesbaden.
- Jäckel, Michael/Christoph Kochhan 2000: Notwendigkeit und Luxus. Ein Beitrag zur Geschichte des Konsums, in: Doris Rosenkranz/Norbert F. Schneider (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Opladen, S. 73-94.
- Jameson, Frederick 1998: Postmodernism and Consumer Society, in: ders.: The Cultural Turn. Selected Writings on the Postmodern 1983-1998. London/New York, S. 1-20.
- Jaster, Gontard 1993: Werbung und Verbraucher, in: Verlag Moderne Industrie (Hg.): Werbung. Grundlagen, Planung, Umsetzung. Landsberg/Lech, S. 297-312.
- Joseph, Miranda 1998: The Performance of Production and Consumption, in: Social Text, Vol. 16, No. 1, S. 25-61.
- Jungbauer-Gans, Monika/Berger, Roger/Kriwy, Peter 2005: Machen Kleider Leute? Ergebnisse eines Feld-experiments zum Verkäuferverhalten, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 34, Heft 4, S. 311-322.

K

- Kanter, Rosabeth Moss 1992: Think Like the Customer: The Global Business Logic, in: Harvard Business Review, July-August, S. 9-10.
- Kassarjian, Harold H./Robertson, Thomas S. (Hg.) 1991: Perspectives in Consumer Behavior. Englewood Cliffs.
- Katona, George 1965: Der Massenkonsum. Eine Psychologie der neuen Käuferschichten. Wien/Düsseldorf.
- Katona, George 1960: The Powerful Consumer. Psychological Studies of the American Economy. New York u.a.
- Kaufmann, Peter 1969: Der Schlüssel zum Verbraucher. Wien/Düsseldorf.

- Keim, Gerhard 1999: Magic Moments. Ethnographische Gänge in die Konsumwelt. Frankfurt/M.
- Kellenbenz, Hermann/Schneider, Jürgen/Gömmel, Rainer (Hg.) 1978: Wirtschaftliches Wachstum im Spiegel der Wirtschaftsgeschichte. Darmstadt.
- Kim-Wawrzinek, Uta 1972: Artikel „Bedürfnis“, Teil I.-IV, in: Otto Brunner/Werner Conze/Reinhart Koselleck (Hg.): Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland. Bd. 1. Stuttgart. S. 440-466.
- Klein, Hans Joachim 1993: Wirtschafts- und Konsumsoziologie, in: Hermann Korte/Bernhard Schäfers (Hg.): Einführung in Spezielle Soziologien. Opladen, S. 141-166.
- Klein, Naomi 2001: No Logo! Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Spiel mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern. Frankfurt/M.
- Knapp, Andreas 1996: Über den Erwerb und Konsum von materiellen Gütern – Eine Theorienübersicht, in: Zeitschrift für Sozialpsychologie, Heft 3, S. 193-206.
- Knobloch, Ulrike 1994: Theorie und Ethik des Konsums. Reflexion auf die normativen Grundlagen sozial-ökonomischer Konsumtheorien. Bern/Stuttgart/Wien.
- König, Gudrun M. 2001: Die Moralisierung der Dinge. Transformationen der Konsumkultur um 1900, in: Siegfried Becker u.a. (Hg.): Volkskundliche Tableaus. Eine Festschrift für Martin Scharfe zum 65. Geburtstag von Weggefährten, Freunden und Schülern. Münster et al., S. 275-285.
- König, Gudrun 2002: Neuheiten, Novitäten, Nouveautés. Zur konsumkulturellen Ordnung der Dinge um 1900, in: Silke Göttisch/Christel Köhle-Hezinger (Hg.): Komplexe Welt. Kulturelle Ordnungssysteme als Orientierung. 33. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde in Jena 2001. Münster/New York/München/Berlin, S. 343-353.
- König, Gudrun 2004: Das Konservaenzeitalter, die Industrialisierung des Geschmacks und das Warenhaus, in: Patricia Lysaght (Hg.): Changing Tastes. Food culture and the processes of industrialization. Basel: Verlag der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde, S. 269-286.
- König, Gudrun M. 2005: Die Erziehung der Käufer: Konsumkultur und Konsumkritik um 1900, in: VOKUS, Jg. 15, S. 39-57.
- König, René 1973: Probleme des Konsumentenverhaltens in den fortgeschrittenen Industriegesellschaften, in: ders.: Orientierungen. Vorträge und Aufsätze. Köln, S. 506-518.
- Kopytoff, Igor 1986: The cultural biography of things: commoditization as process, in: Arjun Appadurai (Hg.): The social life of things. Commodities in cultural perspective. Cambridge, S. 64-91.
- Kozinets, Robert V. 2001: Utopian enterprise: Articulating the Meanings of *Star Trek's* Culture of Consumption, in: Journal of Consumer Research, Vol. 28, S. 67-88.
- Kracauer, Siegfried 1971: Die Angestellten. Aus dem neuesten Deutschland (1929). Frankfurt/M.
- Kraemer, Klaus 1997: Der Markt der Gesellschaft. Zu einer soziologischen Theorie der Marktvergesellschaftung. Opladen.
- Krockow, Christian Graf von 1996: Luxus: Von der Notwendigkeit des Überflüssigen, in: Steffen, Dagmar (Hg.): Welche Dinge braucht der Mensch? Hintergründe, Folgen und Perspektiven der heutigen Alltagskultur. Frankfurt/M., S. 117-118.
- Kroeber-Riel, Werner/Weinberg, Peter 1996: Konsumentenverhalten. München.
- Kruber, Klaus-Peter 1977: Konsum und Arbeit. München/Basel.
- Kühne, Thomas 1996: Massenmotorisierung und Verkehrspolitik im 20. Jahrhundert: Technikgeschichte als politische Sozial- und Kulturgeschichte, in: Neue Politische Literatur, Jg. 41, S. 196-229.
- Kuhlmann, Eberhard 1970: Das Informationsverhalten der Konsumenten. Freiburg.
- Kuhlmann, Eberhard 1974: Konsumpolitik, in: Bruno Tietz (Hg.): Handwörterbuch der Absatzwirtschaft. Stuttgart, S.1069-1080.
- Kyrk, Hazel 1923: A Theory of Consumption. Boston/New York.

L

- Lamla, Jörn/Neckel, Sighard (Hg.) 2006: Politisierter Konsum – konsumierte Politik. Wiesbaden.
- Lamont, Michèle 1994: Money, Morals & Manners. The Culture of the French and the American Upper-Middle Class. Chicago/London.
- Landau, Karl-Heinz 1990: Bürgerlicher und proletarischer Konsum im 19. und 20. Jahrhundert. Ein kultursoziologischer Beitrag zur Sozialgeschichte schichtspezifischen Verbraucherverhaltens. Wien.
- Laslett, Peter 1988: Verlorene Lebenswelten. Geschichte der vorindustriellen Gesellschaft. Wien/Köln/ Graz.
- Leach, William 1993: Land of Desire. Merchants, Power and the Rise of New American Culture. New York.
- Leigh, Thomas W./Peters, Cara/Shelton, Jeremy 2006: The Consumer Quest for Authenticity: The Multiplicity of Meanings Within the MG Subculture of Consumption, in: Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 34, S. 481-493.
- Lengnick-Hall, Cynthia A./Claycomb, Vincentia (Cindy)/Inks, Lawrence W. 2000: From recipient to contributor: examining customer roles and experienced outcomes, in: European Journal of Marketing, Vol. 34, S. 359-383.
- Levy, Sidney J. 1999: Brands, Consumers, Symbols and Research. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Lichtenberg, Judith 1998: Consuming Because Others Consume, in: David A. Crocker/Toby Linden (Hg.): Ethics of Consumption. The Good Life, Justice, and Global Stewardship. Lanham, S. 15-175.
- Lipp, Wolfgang 1994: Warenhäuser. Zentren moderner Stadtkultur, in: ders.: Drama Kultur. Berlin, S. 572-588.
- Lipp, Wolfgang 2000: Eventware, in: Winfried Gebhardt/Ronald Hitzler/Michaela Pfadenhauer (Hg.): Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen, S. 413-438.
- Lüdtker, Hartmut 2004: Lebensstile als Rahmung von Konsum. Eine generalisierte Form des demonstrativen Verbrauchs, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden, S. 103-126.
- Lury, Celia 2001: Consumer Culture. Cambridge.

M

- Mackay, Hugh (Hg.) 1997: Consumption and Everyday Life. Culture, Media and Identities. London.
- Maier, Charles 1980: Zwischen Taylorismus und Technokratie. Gesellschaftspolitik im Zeichen industrieller Rationalität in den zwanziger Jahren in Europa, in: Michael Stürmer (Hg.): Die Weimarer Republik. Königstein, S. 188-213.
- Mandeville, Bernard de 1980: Der unzufriedene Bienenstock oder Die ehrlich gewordenen Schurken (1705/1714), in: ders.: Die Bienenfabel. Mit einer Einleitung von Walter Euchner. Frankfurt/M.
- Maslow, Abraham H. 1981: Motivation und Persönlichkeit (1954). Reinbek bei Hamburg.
- Mason, Roger 1998: The Economics of Conspicuous Consumption. Theory and Thought since 1700. Cheltenham.
- McCracken, Grant 1986: Culture and Consumption. Bloomington/Indianapolis.
- McFall, Liz/Gay, Paul du 2002: Consuming advertising: consuming cultural history, in: Steven Miles/Alison Anderson/Kevin Meethan (Hg.): The Changing Consumer: Markets and Meanings. London/New York, S. 74-89.
- McKendrick, Neil/John Brewer/J.H. Plumb 1982: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. Bloomington.
- McKendrick, Neil 1997: Die Ursprünge der Konsumgesellschaft. Luxus, Neid und soziale Nachahmung in der englischen Literatur des 18. Jahrhundert, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Frankfurt/M., S. 75-107.

- McNeal, James U. 1970: The Child Consumer: A New Market, in: Stuart Henderson Britt (Hg.): Consumer Behavior in Theory and in Action. New York et al., S. 286-292.
- Mennell, Stephan 1986: Über die Zivilisierung der Eßlust, in: Zeitschrift für Soziologie, Jg. 15, Heft 6, S. 406-421.
- Merkel, Ina 1999: Utopie und Bedürfnis. Die Geschichte der Konsumkultur in der DDR. Köln/Weimar/Wien.
- Michels, Robert 1970: Die Verelendungstheorie. Studien und Untersuchungen zur internationalen Dogmengeschichte der Volkswirtschaft (1928). Hildesheim/New York.
- Mick, David Glen 1986: Consumer Research and Semiotics. Exploring the Morphology of Signs, Symbols, and Significance, in: Journal of Consumer Research, 13. Jg., S. 196-213.
- Miklantz, Elfie 1993: Die Sprache der Dinge – soziale und individuelle Bedeutungsdimensionen von Produkten, in: Reinhard Eisendle et al.: Maschinen im Alltag. Studien zur Technikintegration als soziokulturellem Prozeß. Wien, S. 221-232.
- Miles, Steven 1998: Consumerism – as a Way of Life. London.
- Miller, Daniel 1987: Material Culture and Mass Consumption. Cambridge.
- Miller, Daniel 1995: Consumption as the Vanguard of History. A Polemic by Way of an Introduction, in: ders. (Hg.): Acknowledging Consumption. A Review of New Studies. London/New York, S. 1-57.
- Miller, Daniel 1995: Consumption Studies as the Transformation of Anthropology, in: ders. (Hg.): Acknowledging Consumption. A Review of New Studies. London, S. 264-295.
- Miller, Peter/Rose, Nikolas 1997: Mobilizing the Consumer. Assembling the Subject of Consumption, in: Theory, Culture & Society, 14. Jg., Heft 1, S. 1-36.
- Mills, C. Wright 1955: White Collar. The American Middle Classes (1951). Oxford u.a., S. 257.
- Mills, C. Wright 2002: The Theory of the Leisure Class, in: Irving Louis Horowitz (Hg.): Veblen's Century. A Collective Portrait. New Brunswick/London, S. 107-121.
- Moisio, Risto/Arnould, Eric J./Price, Linda L. 2004: Between Mothers and Markets. Constructing family identity through homemade food, in: Journal of Consumer Culture, Vol. 4, No. 3, S. 361-384.
- Moore, Shaun 1999: The Mediated "Interaction Order", in: Jeff Hearn/Sasha Roseneil (Hg.): Consuming Cultures: Power and Resistance. Houndmills u.a., S. 221-240.
- Morley, David 1995: Theories of Consumption in Media Studies, in: Daniel Miller (Hg.): Acknowledging Consumption. A Review of New Studies. London/New York, S. 296-328.
- Morse, Margaret 1998: Virtualities: Television, Media Art, and Cyberculture. Bloomington/Indiana.
- Murphy, Patricia L. 2000: The Commodified Self in Consumer Culture: A Cross-Cultural Perspective, in: The Journal of Social Psychology, Vol. 140, No. 5, S. 636-647.

N

- Nairn, Agnes/Berthon, Pierre 2003: Creating the Customer: The Influence of Advertising on Consumer Market Segments – Evidence and Ethics, in: Journal of Business Ethics, Vol. 42, S. 83-99.
- Nava, Mica/Blake, Andrew/MacRury, Iain/Richards, Barry (Hg.) 1997: Buy this book. Studies in advertising and consumption. London.
- Neckel, Sighard 1996: Identität als Ware. Die Marktwirtschaft im Sozialen, in: Florian Müller/Michael Müller (Hg.): Markt und Sinn. Dominiert der Markt unsere Welt? Frankfurt/M., S. 133-145.
- Needleman, Jacob 1995: Geld und der Sinn des Lebens. Frankfurt/M.
- Neuner, Michael/Reisch, Lucia A. (Hg.) 1998: Konsumperspektiven: Verhaltensaspekte und Infrastruktur. Gerhard Scherhorn zur Emeritierung. Berlin.
- Nicosia, Francesco M./Mayer, Robert N. 1979: Toward a Sociology of Consumption, in: Melanie Wallendorf/Gerald Zaltman (Hg.): Readings in Consumer Behavior: Individuals, Groups, and Organizations. New York u.a., S. 27-38.

Niemeyer, Hans-Georg 1993: Begründungsmuster von Konsumenten. Attributionstheoretische Grundlagen und Einflußmöglichkeiten im Marketing. Heidelberg.

North, Michael 2004: Kultur und Konsum – Luxus und Geschmack um 1800, in: Rolf Walter (Hg.): Geschichte des Konsums. Erträge der 20. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. 23.-26. April 2003 in Greifswald. Stuttgart, S. 17-33.

O

O'Guinn, Thomas C./Muniz, Albert M., Jr. 2005: Communal consumption and the brand, in: S. Rameshwar/David Glen Mick (Hg.): Inside Consumption. Consumer motives, goals, and desires. London/New York, S. 252-272.

O'Guinn, Thomas C./Shrum, L. J. 1997: The Role of Television in the Construction of Consumer Reality, in: Journal of Consumer Research, Vol. 23, S. 278-294.

Oldenberg, Karl 1914: Die Konsumtion, in: Grundriss der Sozialökonomik. II. Abteilung. Die natürlichen und technischen Beziehungen der Wirtschaft. Tübingen, S. 103-164.

Opaschowski, Horst W. 1990: Freizeit, Konsum und Lebensstil, in: Rüdiger Szallies/Günter Wiswede (Hg.): Wertewandel und Konsum. Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing. Landsberg/Lech, S. 109-133.

Oswald, Ingrid 1999: Kleine Soziologie des Hutes. Kopfbedeckungen als soziale Markierungen, in: Berliner Debatte INITIAL, Jg. 10, Heft 6, 129-141.

Oswald, Laura 2005: Race, Place and Consumption: The Role of Urban Gardening in the Construction of African American Identity and Community on the West Side of Chicago, in: Advances in Consumer Research, Vol. 32, S. 406-407.

Otnes, Cele C./Maclaran, Pauline 2007: The consumption of cultural heritage among a British Royal Family brand tribe, in: Bernard Cova/Robert V. Kozinets/Avi Shankar (Hg.): Consumer Tribes. Oxford, S. 51-66.

P

Pandya, Anil/Venkatesh, A. 1992: Symbolic Communication Among Consumers in Self-Consumption and Gift Giving: A Semiotic Approach, in: Advances in Consumer Research, Vol. 19, S. 147-154.

Panzer, Gerhard 2004: Kulturkonsum: Zur Ökonomik kultureller Bedeutungen, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden, S. 127-146.

Paolucci, Gabriella 2001: The City's Continuous Cycle of Consumption: Towards a New Definition of the Power Over Time?, in: Antipode, 3. Jg., Heft 4, S. 647-660.

Pappi, Franz Urban/Pappi, Ingeborg 1978: Sozialer Status und Konsumstil. Eine Fallstudie zur Wohnzimmereinrichtung, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg. 30, S. 87-115.

Park, David J./Deshpande, Sameer/Coca, Bernard/Pace, Stefano 2007: Seeking community through battle: understanding the meaning of consumption processes for 'wahrhammer gamers', in: Bernard Cova/Robert V. Kozinets/Avi Shankar (Hg.): Consumer Tribes. Oxford, S. 212-224.

Park, Robert E./Ernest W. Burgess 1925: The City. Chicago/London.

Paul, Axel T. 2004: Die Gesellschaft des Geldes. Entwurf einer monetären Theorie der Moderne. Wiesbaden.

Pechmann, Günther Frhr. V. 1935: Verbraucherbildung als Aufgabe der Wirtschaft, in: Die deutsche Fertigung, Heft 7/8, Teil A, S. 111-113.

Peñaloza, Lisa 2001: Consuming the American West: Animating Cultural Meaning and Memory at a Stock Show and Rodeo, in: Journal of Consumer Research, Vol. 28, S. 369-398.

Pine, B. Joseph/Gilmore, James H. 2000: Erlebniskauf. Konsum als Ereignis, Business als Bühne, Arbeit als Theater. München.

- Polanyi, Karl 1997: The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen (1944). Frankfurt/M.
- Prahalad, C.K./Ramaswamy, Venkatram 2000: Co-Opting Customer Competence, in: Harvard Business Review, S. 79-87.
- Prinz, Michael 1997: Von der Nahrungssicherung zum Einkommensausgleich. Entstehung und Durchsetzung des Selbsthilfemusters Konsumverein 1770-1914 in England und Deutschland, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert). Frankfurt/M., S. 717-744.
- Prinz, Michael 2003: Aufbruch in den Überfluss? Die englische „Konsumrevolution“ des 18. Jahrhunderts im Lichte der neueren Forschungen, in: ders.: (Hg.): Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne. Paderborn et al., S. 91-217.
- Prisching, Manfred 2006: Die zweidimensionale Gesellschaft. Ein Essay zur neokonsumistischen Geisteshaltung. Wiesbaden.
- Prokop, Dieter 1974: Massenkultur und Spontaneität. Zur veränderten Warenform der Massenkommunikation im Spätkapitalismus. Frankfurt/M.

Q

- Quart, Alissa 2003: Branded. The Buying and Selling of Teenagers. New York.

R

- Ratneshwar, S./Mick, David Glen (Hg.) 2005: Inside Consumption. Consumer motives, goals, and desires. London/New York.
- Ratneshwar, S./Mick, David Glen/Huffman, Cynthia (Hg.) 2000: The Why of Consumption. Contemporary perspectives on consumer motives, goals and desires. London/New York.
- Reddy, William 1987: Money and Liberty in modern Europe. A critique of historical understanding. Cambridge u.a.
- Reichwald, Ralf/Pillar, Frank 2002: Der Kunde als Wertschöpfungspartner: Formen und Prinzipien, in: Horst Albach (Hg.): Wertschöpfungsmanagement als Kernkompetenz. Wiesbaden, S. 27-52.
- Reisch, Lucia A. 2002: Symbols for Sale: Funktionen des symbolischen Konsums, in: Christoph Deutschmann (Hg.): Die gesellschaftliche Macht des Geldes. Sonderheft 21 des Leviathan. Opladen, S. 226-248.
- Rich, Stuart U./Jain, Subhash, C. 1976: Soziale Schicht und Einkaufsverhalten, in: Karl Gustav Specht/Günter Wiswede (Hg.): Marketing-Soziologie. Berlin, S. 133-150.
- Richardson, Norman E. 1918: The Function of Commercial Amusements, in: Religious Education, Vol. 13, S. 46-48.
- Richins, Marsha L. 1994: Valuing Things: The Public and Private Meanings of Possessions, in: Journal of Consumer Research, Vol. 21, S. 504-521.
- Riesman, David 1953: Thorstein Veblen: A Critical Interpretation. New York/London.
- Riesman, David (in Zusammenarbeit mit Howard Roseborough) 1973: Laufbahnen und Konsumverhalten (engl.: *carrers and consumer behavior*), in: ders.: Wohlstand wofür? Essays. Frankfurt/M., S. 17-50.
- Riesman, David/Denney, Reuel/Glazer, Nathan 1963: Die einsame Masse. Eine Untersuchung zur Wandlung des amerikanischen Charakters (1950). Reinbek.
- Rinaldo, Diego 2007: Metro/Fashion/Tribes of men: negotiating the boundaries of men's legitimate consumption, in: Bernard Cova/Robert V. Kozinets/Avi Shankar (Hg.): Consumer Tribes. Oxford, S. 76-92.
- Ritzer, George 1993: The McDonaldisation of Society. An Investigation Into the Changing Character of Contemporary Social Life. Thousand Oaks/London/New Delhi.
- Ritzer, George 1996: McUniversity in the Postmodern Consumer Society, in: Quality in Higher Education, Vol. 2, No. 3, S. 185-199.

- Rode, Friedrich A. 1989: Der Weg zum neuen Konsumenten. Wertewandel in der Werbung. Wiesbaden.
- Rojek, Chris 2004: The Consumerist Syndrome in Contemporary Society. An Interview with Zygmunt Bauman, in: Journal of Consumer Culture, Vol. 4, No. 3, S. 291-312.
- Rook, Dennis 1995: The Ritual Dimension of Consumer Behavior, in: Journal of Consumer Research, 12. Jg., S. 251-264.
- Rose, Gregory M./Dalakas, Vassilis/Kropp, Fredric/Kamineni, Rajeev 2002: Raising Young Consumers: Consumer Socialization and Parental Style Across Cultures, in: Advances in Consumer Research, Vol. 29, S. 65.
- Rosenbaum, Mark S. 2006: Exploring the Social Supportive Role of Third Places in Consumers' Places, in: Journal of Service Research, Vol. 9, No. 1, S. 59-72.
- Ruppert, Wolfgang (Hg.) 1993: Chiffren des Alltags. Erkundungen zur Geschichte der industriellen Massenkultur. Marburg.

S

- Sabeau, David 1993: Die Produktion von Sinn beim Konsum der Dinge, in: Wolfgang Ruppert (Hg.): Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge. Frankfurt/M., S. 37-51.
- Sahlins, Marshall 1992: Rationality of the Culture of Goods, in: Advances in Consumer Research, in: Advances in Consumer Research, Vol. 19, S. 78-80.
- Sattertwaite, Ann 2001: Going Shopping. Consumer Choices and Community Consequences. New haven/London.
- Schau, Hope Jensen 2000: Consumer Imagination, Identity and Self-expression, in: Advances in Consumer Research, Vol. 7, S. 50-56.
- Schelsky, Helmut 1979: Die Bedeutung des Klassenbegriffs für die Analyse unserer Gesellschaft (1961), in: ders.: Auf der Suche nach der Wirklichkeit. Gesammelte Aufsätze. München, S. 350-392.
- Scherhorn, Gerhard 1992: Macht Konsum glücklich? o.O.
- Schindelbeck, Dirk 2003: Marken, Moden und Kampagnen. Illustrierte deutsche Konsumgeschichte. Darmstadt.
- Schmidbauer, Wolfgang 1972: Homo consumens. Der Kult des Überflusses. Stuttgart.
- Schnierer, Thomas 1995: Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von 'in' und 'out'. Opladen.
- Schor, Juliet B. 2004: Born to Buy. The Commercialized Child and the New Consumer Culture. New York u.a.
- Schor, Juliet B./Holt, Douglas B. (Hg.) 2000: The Consumer Society. Reader. New York.
- Schouten, John W. 2003: Consumption and Production in Two Oaxacan Communities, in: Consumption, Markets and Culture, Vol. 6, No. 2, S. 145-152.
- Schouten, John W./Martin, Diane M./McAlexander, James H. 2007: The evolution of a subculture of consumption, in: Bernard Cova/Robert V. Kozinets/Avi Shankar (Hg.): Consumer Tribes. Oxford, S. 67-75.
- Schouten, John W./McAlexander, James H. 1995: Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers, in: Journal of Consumer Research, Vol. 22, S. 43-61.
- Schrage, Dominik 2003: Integration durch Attraktion. Konsumismus als massenkulturelles Weltverhältnis, in: Mittelweg 36, Jg. 12, H. 6, S. 57-86.
- Schrage, Dominik 2004: Auf der Schwelle zur Konsumsoziologie. Aspekte der Konsumkritik in den fünfziger Jahren – ein Prolog, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden, S. 13-32.
- Schrage, Dominik 2004: Optimierung und Überbietung. „Leben“ in produktivistischer und in konsumistischer Perspektive, in: Ulrich Bröckling/Stefan Kaufmann/Axel Paul (Hg.): Vernunft – Entwicklung – Leben. Schlüsselbegriffe der Moderne. Wolfgang Eßbach zum 60. Geburtstag. München, S. 291-303.

- Schrage, Dominik 2006: Überlegungen zum Zusammenhang von Konsum und Massenkultur, in: Karl-Siegbert Rehberg (Hg.): Soziale Ungleichheit – Kulturelle Unterschiede, Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München 2004. Frankfurt/New York, S. 437-449.
- Schulze, Gerhard 1999: Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur. Frankfurt/New York.
- Schulze, Winfried 1984: Vom Gemeinnutz zum Eigennutz. Über den Normenwandel in der ständischen Gesellschaft der frühen Neuzeit, in: Historische Zeitschrift, Bd. 243, S. 591-626.
- Scitovsky, Tibor 1977: Psychologie des Wohlstands. Die Bedürfnisse des Menschen und der Bedarf des Verbrauchers. Frankfurt/M.
- Sehrer, Walter 2004: Konsum und Nachhaltigkeit. Zur Kommunikation der Integrationsfigur „Nachhaltigkeit“, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden, S. 183-202.
- Seldmaier, Alexander 2005: Consumerism – cui bono? Neuere Studien zu Theorie, Geschichte und Kultur des Konsums, in: Neue Politische Literatur, Jg. 50, S. 249-273.
- Seybold, Patricia B. 2001: Get inside the Lives of Your Customers, in: Harvard Business Review, Vol. 79, Issue 5, S. 80-89.
- Shannon, Christopher 1996: Conspicuous Criticism. Tradition, the Individual, and Culture in American Social Thought from Veblen to Mills. Baltimore/London.
- Shields, Rob (Hg.) 1992: Lifestyle Shopping. The Subject of Consumption. London/New York.
- Siegrist, Hannes 2003: Konsumkultur des 20. Jahrhunderts in regionalgeschichtlicher Perspektive. Zwischen Verräumlichung, Vergesellschaftung und Individualisierung, in: Michael Prinz (Hg.): Der lange Weg in den Überfluß. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne. Paderborn, S. 49-514.
- Silberer, Günter 1981: Das Informationsverhalten des Konsumenten beim Kaufentscheid – Ein analytisch-theoretischer Bezugsrahmen, in: Hans Raffée/Günter Silberer (Hg.): Informationsverhalten des Konsumenten. Ergebnisse empirischer Studien. Wiesbaden, S. 27-60.
- Simmel, Georg 1989: Philosophie des Geldes (1900). Frankfurt/M.
- Simmel, Georg 1989: Das Geld in der modernen Kultur, in: ders.: Schriften zur Soziologie. Eine Auswahl. Frankfurt/M., S. 78-94.
- Simmel, Georg 1995: Philosophie der Mode, in: ders., Gesamtausgabe, Bd. 10. Frankfurt /M., S. 7-37.
- Skyba, Peter 2004: Konsumpolitik in der DDR 1971 bis 1989. Die Verbraucherpreise als Konfliktgegenstand, in: Rolf Walter (Hg.): Geschichte des Konsums. Erträge der 20. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. 23.-26. April 2003 in Greifswald. Stuttgart, S. 343-366.
- Slater, Don 1997: Consumer Culture and Modernity. Cambridge.
- Specht, Karl Gustav/Wiswede, Günter (Hg.) 1976: Marketing-Soziologie. Soziale Interaktionen als Determinanten des Marktverhaltens. Berlin.
- Spiekermann, Uwe 1999: Basis der Konsumgesellschaft. Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland 1850-1914. Beck.
- Stauff, Markus 2004: Der Konsum der Zuschauer. Zur televisuellen Umwertung von Wahrnehmungen und Bedeutungen, in: Kai-Uwe Hellmann/Dominik Schrage (Hg.): Konsum der Werbung. Zur Produktion und Rezeption von Sinn in der kommerziellen Kultur. Wiesbaden, S. 63-80.
- Steffen, Dagmar (Hg.) 1996: Welche Dinge braucht der Mensch? Hintergründe, Folgen und Perspektiven der heutigen Alltagskultur. Katalogbuch zur gleichnamigen Ausstellung. Frankfurt/M.
- Steinecke, Albrecht 2000: Auf dem Weg zum Hyperkonsumenten: Orientierung und Schauplätze, in: Wolfgang Isenberg/Matthias Sellmann (Hg.): Konsum als Religion? Über die Wiederverzauberung der Welt. Mönchengladbach, S. 85-94.
- Stern, Barbara B. 1995: Consumer Myths: Frye's Taxonomy and the Structural Analysis of Consumption Text, in: Journal of Consumer Research, Vol. 22, S. 165-185.
- Steuten, Ulrich 2000: Rituale bei Rockern und Bikern, in: Soziale Welt, Jg. 51, Heft 1, S. 25-44.

- Stihler, Ariane 1998: Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze. Berlin.
- Stihler, Ariane 1998: Die Bedeutung der Konsumsymbolik für das Konsumverhalten, in: Michael Neuner/Lucia A. Reisch (Hg.): *Konsumperspektiven. Verhaltensaspekte und Infrastruktur*. Gerhard Scherhorn zur Emeritierung. Berlin, S. 55-71.
- Strasser, Susan 2003: The Alien Past: *Consumer Culture* in Historical Perspective, in: *Journal of Consumer Policy*, Vol. 26, No. 4, S. 375-393.
- Streissler, Erich 1994: Konsumtheorien, in: Bruno Tietz (Hg.): *Handwörterbuch der Absatzwirtschaft*. Stuttgart, S. 1086-1104.
- Streissler, Erich/Streissler, Monika 1966: Einleitung, in: dies. (Hg.): *Konsum und Nachfrage*. Köln/Berlin, S. 13-149.
- Szallies, Rüdiger 1990: Zwischen Luxus und kalkulierter Bescheidenheit – Der Abschied von Otto Normalverbraucher, in: Rüdiger Szallies/Günter Wiswede (Hg.): *Wertewandel und Konsum. Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing*. Landsberg/Lech, S. 42-58.
- Szallies, Rüdiger/Wiswede, Günter (Hg.) 1990: *Wertewandel und Konsum. Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing*. Landsberg/Lech.
- Szmigin, Isabelle/Carrigan, Marylyn/Bekin, Caroline 2007: New consumption communities and the re-enabling of 21st century consumers, in: Bernard Cova/Robert V. Kozinets/Avi Shankar (Hg.): *Consumer Tribes*. Oxford, S. 296-311.

T

- Tenfelde, Klaus 1997: Klassenspezifische Konsummuster im Deutschen Kaiserreich, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.): *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Frankfurt/New York, S. 245-266.
- Thompson, Craig J./Holt, Douglas B. 1996: Communities and Consumption: Research on Consumer Strategies for Constructing Communal Relationships in a Postmodern World. Special Session Summary, in: *Advances of Consumer Research*, Vol. 23, S. 204-205.
- Tosdal, H.R. 1939: The Consumer and Consumption in Recent Literature, in: *Harvard Business Review*, Vol. 17, No. 4, S. 508-514.
- Trentmann, Frank 2002: *Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption*. London.
- Trentmann, Frank 2004: New Historical Perspectives on Consumption, in: *Journal of Contemporary History*, Jg. 39, S. 373-401.
- Trentmann, Frank (Hg.) 2005: *The Making of the Consumer. Knowledge, Power and Identity in the Modern World*. Oxford/New York.
- Trentmann, Frank 2006: The Modern Genealogy of the Consumer. Meanings, Identities and Political Synapses, in: John Brewer/Frank Trentmann (Hg.): *Consuming Cultures, Global Perspectives. Historical Trajectories, Transnational Exchanges*. Oxford/New York, S. S. 19-69.
- Triebel, Armin 1997: Moral und Ökonomie. Zur modernen Semantik des Lebensstandards, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.): *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Frankfurt/New York, S. 365-392.

U

- Unverzagt, Gerlinde/Hurrelmann, Klaus 2001: *Konsum-Kinder. Was fehlt, wenn es an gar nichts fehlt*. Freiburg.

V

- Valck, Kristine de 2007: The war of the eTribes: online conflicts and communal consumption, in: Bernard Cova/Robert V. Kozinets/Avi Shankar (Hg.): *Consumer Tribes*. Oxford, S. 260-274.

- Veblen, Thorstein 1986: Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen (1899). Frankfurt/M.
- Vershofen, Wilhelm 1935: Verbraucherlenkung und die Wiederentdeckung des Verbrauchers, in: Die Deutsche Fertigung, Heft 6, Teil A, S. 105-110.
- Vogl, Joseph 2001: Artikel „Luxus“, in: Karlheinz Barck (Hg.): Wörterbuch Ästhetischer Grundbegriffe, Bd. 3. Stuttgart/Weimar, S. 694-708.
- Voß, G. Günter/Rieder, Kerstin 2005: Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden. Frankfurt/M.

W

- Walter, Rolf 2004: Geschichte des Konsums – Einführung, in: ders. (Hg.): Geschichte des Konsums. Erträge der 20. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. 23.-26. April 2003 in Greifswald. Stuttgart, S. 7-15.
- Warde, Alan 1997: Consumption, Food & Taste. Culinary Antinomies and Commodity Culture. London.
- Warnke, Martin 1979: Zur Situation der Couchette, in: Jürgen Habermas (Hg.): Stichworte zur „Geistigen Situation der Zeit“. 2. Band: Politik und Kultur. Frankfurt/M., S. 673-687.
- Watkins, Evan 1993: Throwaways. Work Culture and Consumer Education. Stanford.
- Watson, James L. 1997: McDonald's in Hong Kong: Consumerism, Dietary Change, and the Rise of a Children's Culture, in: ders. (Hg.): Golden Arches East: McDonald's in East Asia. Stanford, S. 77-109.
- Weinhold-Stünzi, Heinz 1976: Konsumerismus, in: Verlag Moderne Industrie (Hg.): Marketing- und Verkaufsförderer Handbuch. München, S. 1001-1016.
- Wikström, Solveig 1996: The customer as co-producer, in: European Journal of Marketing, Vol. 30, S. 6-19.
- Wildt, Michael 1993: Am Beginn der Konsumgesellschaft. Mangelersahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren. Hamburg.
- Williams, Rosalind H. 1982: Dream Worlds. Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France. Berkeley/Los Angeles/London.
- Wiswede, Günter 1972: Soziologie des Verbraucherverhaltens. Stuttgart.
- Wiswede, Günter 1973: Motivation und Verbraucherverhalten. Grundlagen der Motivforschung. München/Basel.
- Wiswede, Günter 1974: Konsumsoziologie, in: Bruno Tietz (Hg.): Handwörterbuch der Absatzwirtschaft. Stuttgart, S. 1080-1086.
- Wiswede, Günter 1990: Der „neue Konsument“ im Lichte des Wertewandels, in: Rüdiger Szallies/Günter Wiswede (Hg.): Wertewandel und Konsum. Fakten, Perspektiven und Szenarien für Markt und Marketing. Landsberg/Lech, S. 11-40.
- Wiswede, Günter 2000: Konsumsoziologie – Eine vergessene Disziplin, in: Doris Rosenkranz/Norbert F. Schneider (Hg.): Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Opladen, S. 23-72.
- Wywra, Ulrich 1997: Consumption, Konsum, Konsumgesellschaft. Ein Beitrag zur Begriffsgeschichte, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert). Frankfurt/New York, S. 747-762.

Z

- Zahn, Ernest 1960: Soziologie der Prosperität, Köln/Berlin.
- Zaltman, Gerald 2003: How Customers Think. Essential Insights into the Mind of the Market. Boston.
- Zelizer, Viviana A. 2000: Die Farben des Geldes. Vielfalt der Märkte, Vielfalt der Kulturen, in: Berliner Journal für Soziologie, Band 10, Heft 3, S. 315-332.

Zukin, Sharon/Maguire, Jennifer Smith 2004: Consumers and Consumption, in: Annual Review of Sociology, Vol. 30, S. 173-197.